



# 2014年12月期 第2四半期 事業進捗

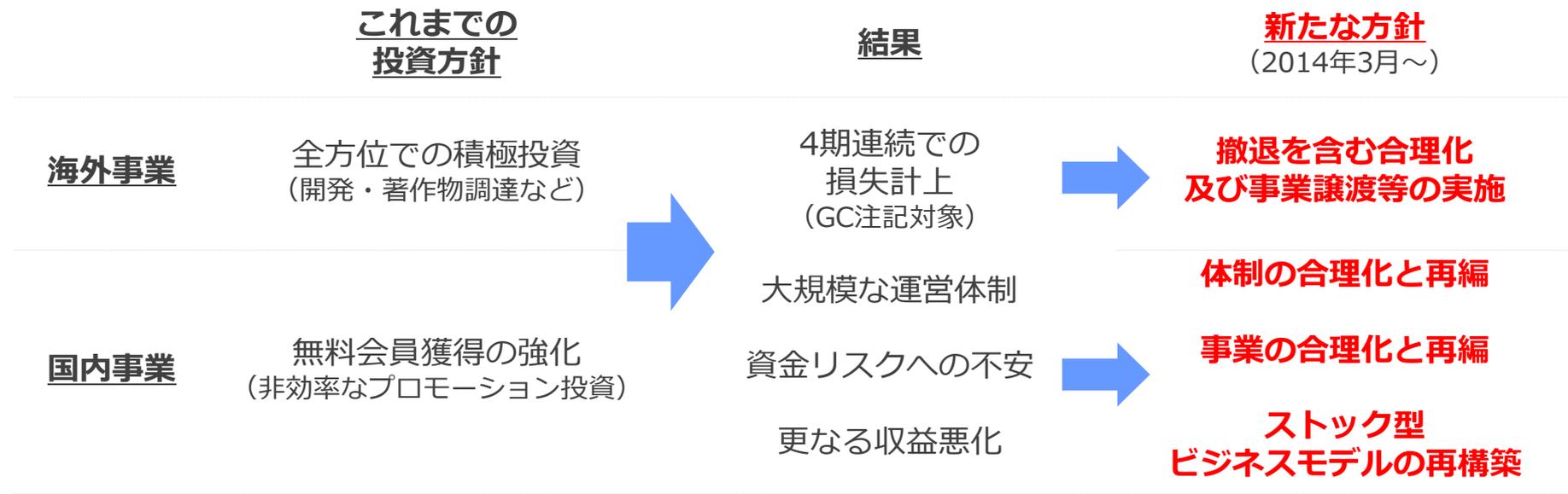
2014年8月14日  
株式会社SmartEbook.com  
証券コード：2330

# これまでの整理と新たな方針

## ■これまでの電子書籍事業の基本方針



## ■これまでの方針による結果と新たな基本方針



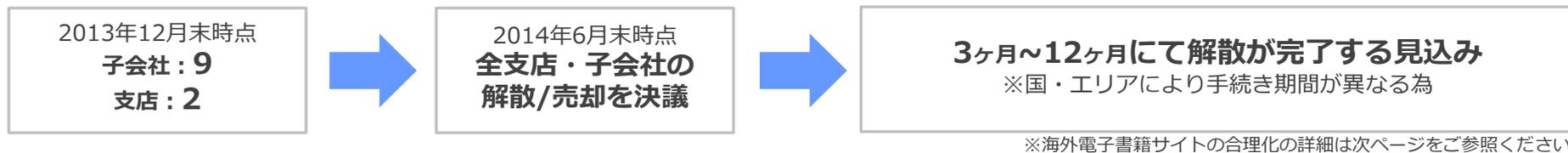
**国内事業へ集中投資し、キャッシュフローの創出・拡大と再生への抜本的な対策の実施にて早期黒字化を推進**

# 支出体質の改善

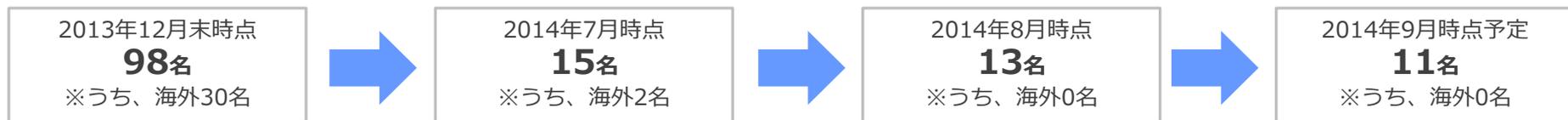
## ■ 人員体制の合理化・再編

- ・ 海外拠点・子会社に関しても同様に合理化を実施済み
- ・ 国内事業合理化の目処が立った為、2014年5月1日より希望退職制度による人員縮小などを行い、人件費及び、日本本社オフィスの規模を縮小

【海外拠点・子会社数推移】



【従業員推移（海外従業員含む）】



## ■ 財務体質の改善

- ・ 国内外における独自のプラットフォーム・ビューワーの開発・運用を停止し、原価の削減が完了
- ・ 国内外のコンテンツ管理の為に使用をしていたデータベースやサーバー等の合理化も完了

**ビジネス及び損益構造を見直し、  
止血と共に財務体質の改善が完了**

# 海外事業の合理化

## ■ 主な海外向け電子書籍販売サイトの合理化

	<u>対象エリア</u>	<u>協業先/カテゴリ</u>	<u>結果</u>
MOBI-BOOK.com	グローバル	グローバル	2014年5月末閉鎖完了
Pustaka AXISers	インドネシア	AXIS/キャリア	2014年7月15日閉鎖完了
mybooks	フィリピン	Smart Communications/キャリア	2014年7月15日閉鎖完了
mybooks	フィリピン	Sun Cellular/キャリア	2014年7月15日閉鎖完了
VTC Online	ベトナム	VTC/メディア	2014年7月15日閉鎖完了
Book Mate.VN	ベトナム	VNG/メディア	2014年7月15日閉鎖完了
中国5サイト	中国	SNS・リテラー	2014年7月末閉鎖完了
Aircel Bookmate	インド	Aircel/キャリア	2014年8月協業先へ譲渡予定

海外向けサイトの合理化と共に、6月末までに11ヶ所あった拠点・現地法人を  
全て解散、もしくは売却をする事を決議し、以降は本社のみとなる

**電子書籍サイトや拠点は合理化を進めるものの、  
各国出版社とのリレーション（契約）は本社にて継続・維持**

# 国内事業の合理化・再編

## ■ 国内事業における主な合理化内容

合理化概要	実施内容	見込める効果	実施完了時期
電子書籍サイト 統廃合	【スマートフォン向け】 6サイト ⇒ <b>1サイト</b> へ統廃合 ※フィーチャーフォン向けは当初より1サイトのみ	・ 運営コストの削減 ・ 運営・運用人員の最小化 ・ プロモーション費用対効果の向上	2014年6月
他社の配信システム 利用	【スマートフォン・フィーチャーフォン共に】 自社システム ⇒ <b>メディアドウ社提供</b> の 配信・サイト運営システムへ統合	・ 開発・運用コストの大幅削減 ・ 運営・運用人員の最小化 ・ 取次手数料の削減 ・ 運営ノウハウの共有化	2014年6月
他社ビューワー 利用	【スマートフォン向け】 自社ビューワー ⇒ <b>大手ビューワー開発企業提供</b> の ビューワーソリューションの利用・統合 ※フィーチャーフォン向けは従前のビューワーを継続利用	・ 配信可能タイトル・ジャンルの拡大 ・ 閲覧時の利便性・読みやすさの向上	2014年6月
プロモーション 手法の改善	【スマートフォン向け】 アフィリエイト広告比率：高 ⇒ <b>アドネットワーク広告比率：高</b> への 出稿比率の変更・最適化を実施	・ 会員継続率の向上 ・ ARPU（月間平均顧客単価）の向上 ・ ストック型ビジネスモデルへの転換	2014年6月

**国内事業への経営資源の集中と最大限の合理化を行い、  
事業の早期黒字化に向けて推進**

## ■これまで（～2013年2月）の弊社広告出稿方針・割合

**初月での回収（率）を最重要指標に設定**

Webアフィリエイト



アドネットワーク

短期的な売上の獲得は可能であったものの、継続率が低い為、会員の積み上がりが無く、獲得コストの条件も悪化する傾向であった

## ■今後の弊社広告出稿方針・割合

**継続率とARPU（月間平均顧客単価）を最重要指標に設定**

Webアフィリエイト



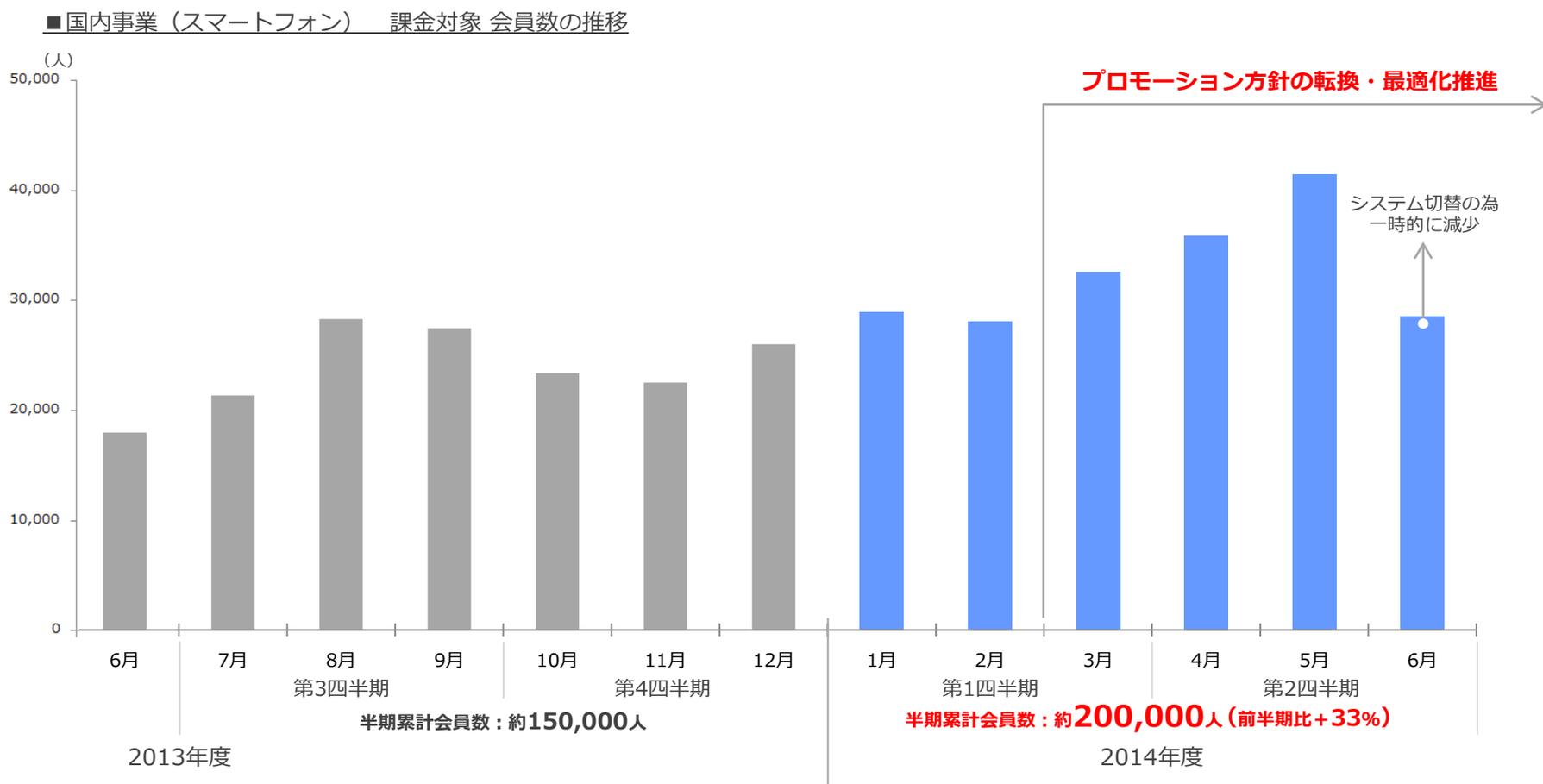
アドネットワーク

アドネットワークを中心に獲得コストの予算を改めて設定し、その中で最大獲得を行い、ストック型の売上構成に転換させる

**ストック型のビジネスモデル構築に向けて  
各プロモーション手法の特性を整理し、最適な手法を展開**

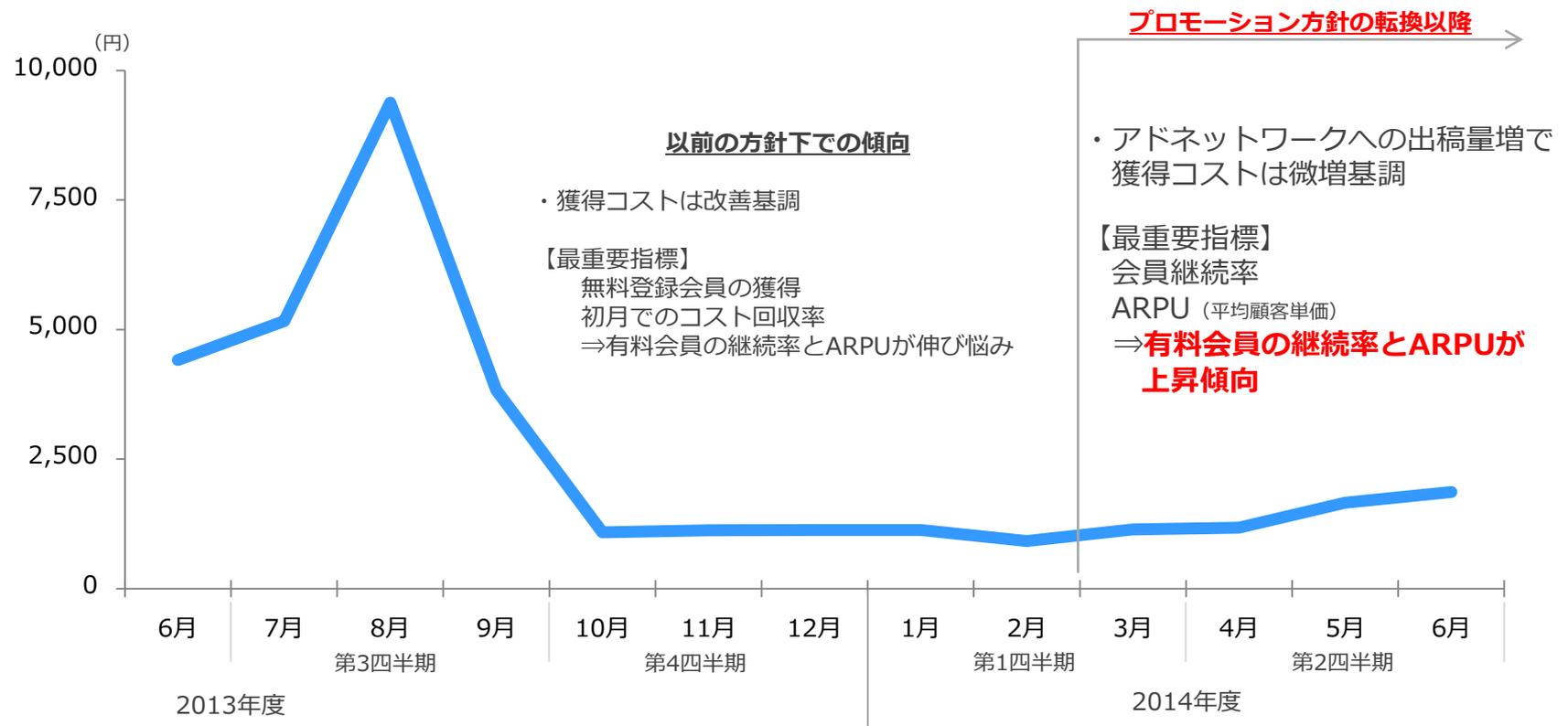
# 国内事業参考数値① 有料会員数推移

スマートフォンで利用する有料会員数は順調に増加し、  
その中でもアクティブユーザー数が増加傾向



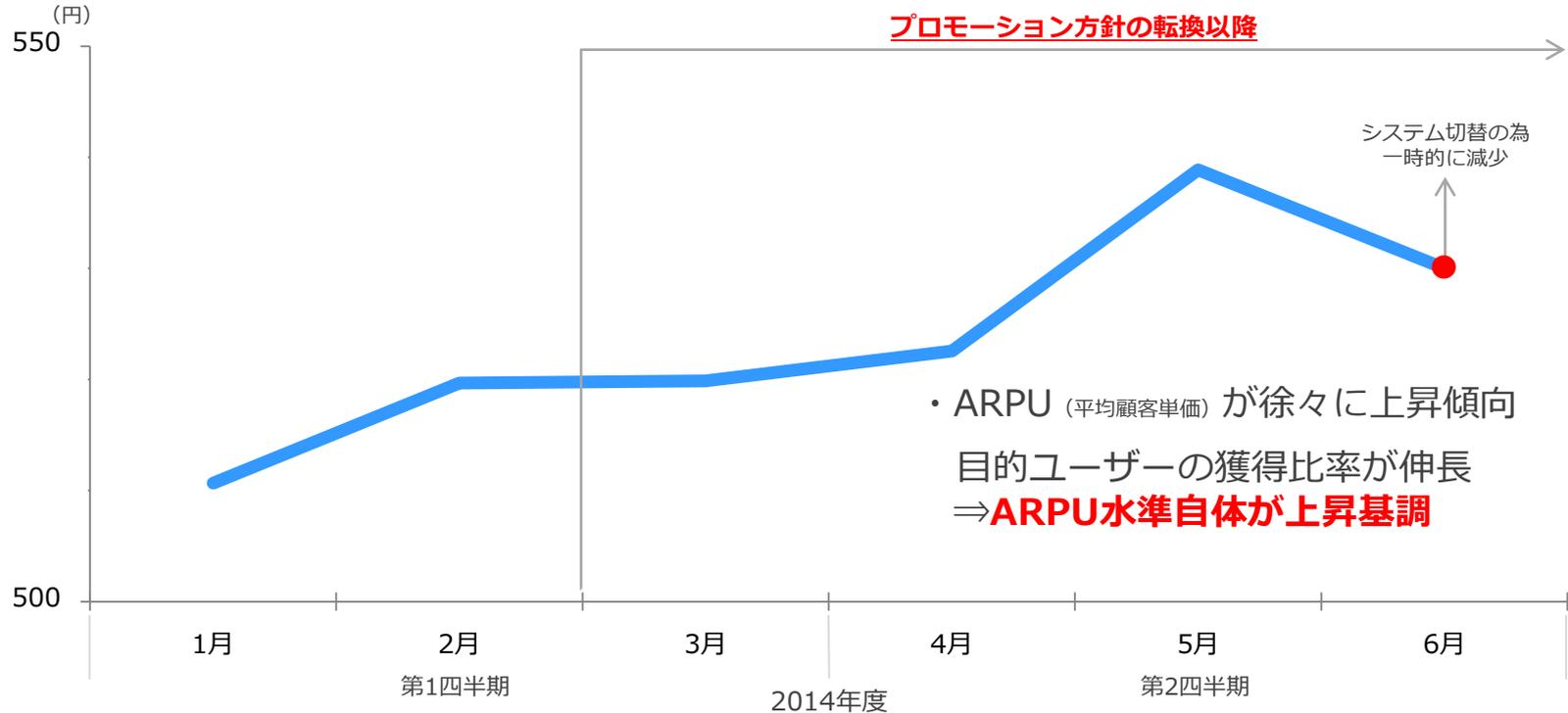
## 1会員あたりの獲得単価は前期と比較し大幅減少、 直近ではプロモーション手法変更により、コストは微増

■国内事業（スマートフォン） 登録会員の獲得コストの推移



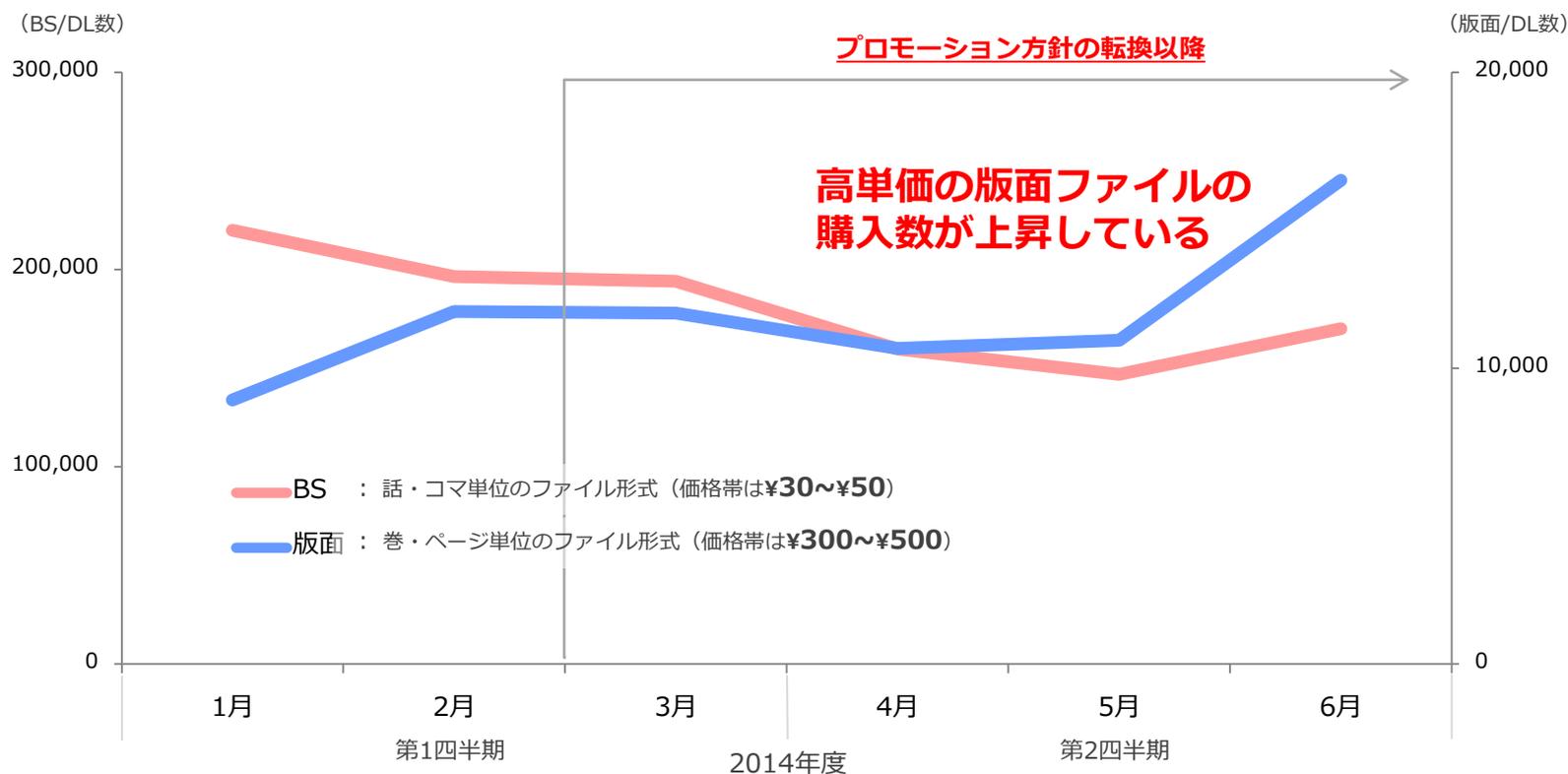
## プロモーション方針の転換を行い、アクティブ会員数 継続率の改善とともにARPU（顧客単価）も上昇基調

■国内事業（スマートフォン） 登録会員一人当たりの平均利用単価の推移



## アクティブユーザー数の増加に伴い、 版面の購入数が急増し、スマートフォンのARPUが上昇

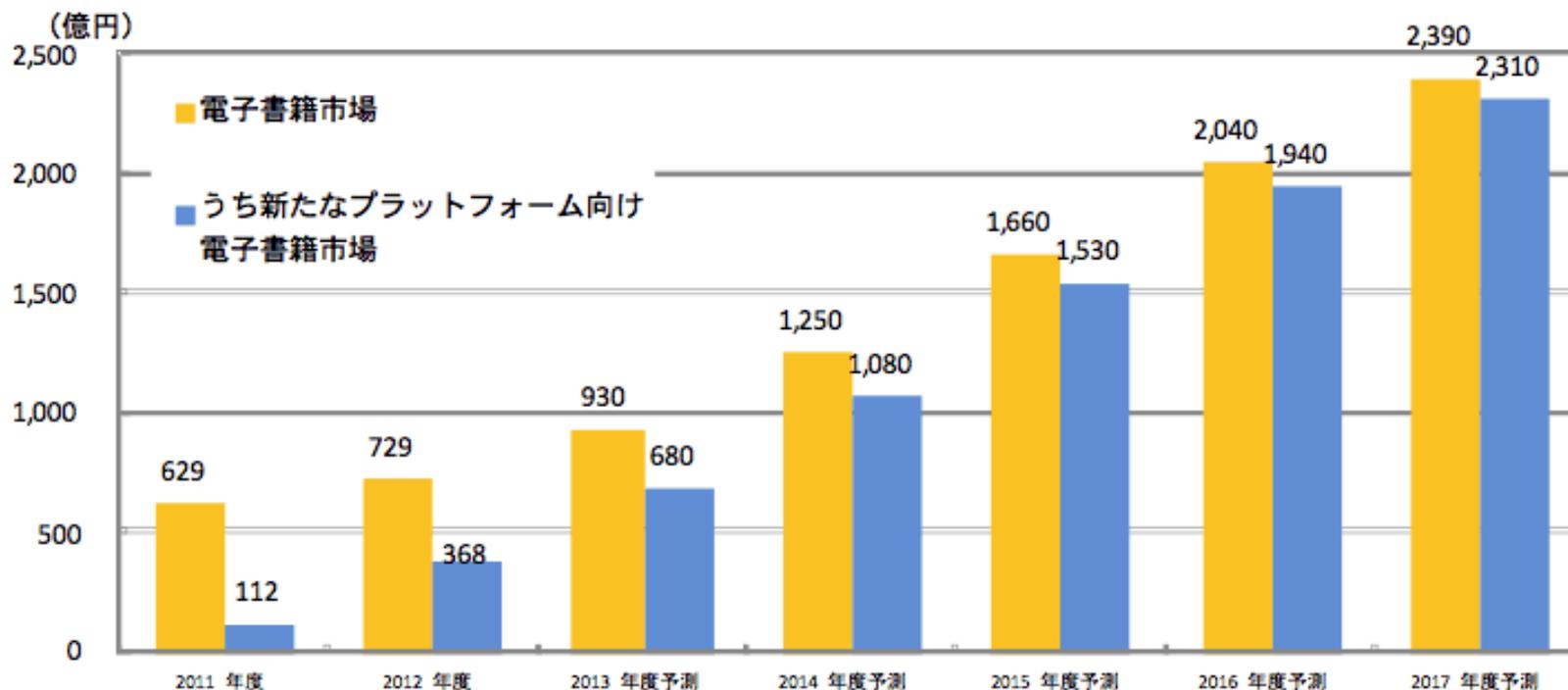
■国内事業（スマートフォン） ファイル別でのDL数の推移



## 高収益構造へ転換の為、新たに収益を創出し、 各種施策の早期実行を行い、早期黒字化を推進

施策概要	詳細
配信コンテンツの更なる充実	当社独自ファイル・ビューワーでは配信が出来ていなかった活字系や雑誌系などのタイトルを2014年6月（システム切替）より配信開始
対応デバイス（PC）の充実	今までシステム上、バグやエラーが発生をしていたPCサイトをリニューアルし、購買意欲の高い、クレジットカード保有ユーザーの獲得推進を開始
販売単位の移行	これまでは「話(コマ)」単位での販売（@30円～50円）をメインで展開していたものの、今後は「巻(ページ)」単位での販売（@500円～600円）をメインとしARPUを上げていく
高額コースの導入	プロモーション方針の転換により、継続率の高いアクティブなユーザーの比率も高まることから、ボーナスポイント数が多い、1万円単位での高額課金コースの導入と促進を行う
出版社リレーションの強化	今まで以上に出版社との打ち合わせや情報交換の頻度を増やし、各社とのリレーションやノウハウ共有を強化、差別化展開が出来るように図っていく
プロモーションの効率化	今まで以上に広告代理店やメディアとの連携を強化し、各社とのリレーションやノウハウ共有を進め、より効率的なプロモーション展開の実施を図っていく

電子書籍市場は順調な推移にて成長をすると見込まれており、  
弊社サイトでの売上もそれに牽引されると予想



インターネットメディア総合研究所  
「電子書籍ビジネス調査報告書2013」より

—免責事項について—

本資料に記載されております計画や見通し、戦略など歴史的事実でないものは本資料の作成時点において入手可能な情報に基づく将来の業績に関する見通しであり、これらには様々なリスク及び不確実性が内在しております。

実際の業績はかかるリスク及び不確実性により、これらの見通しとは異なる結果をもたらしうることをご承知おきください。

かかるリスク及び不確実性には、市場リスク、日本円と米ドルとその他外貨との為替レートの変動、その他情報通信関連事業を取巻く様々なリスク及び当社が継続して業務を展開する上で不可避の潜在的リスクである経済状況、サービスの成否、他社との競争状況などが含まれますが、これらに限定されるものではない不確実性が含まれていることをご留意ください。

なお、本資料の著作権やその他本資料にかかる一切の権利は株式会社SmartEbook.comに属します。



株式会社SmartEbook.com